

عنوان مقاله:

تاثیر شبکه جهانی اینترنت در رفتار خرید سازمانی (مطالعه موردی: سازمان های دولتی شهر بوشهر)

محل انتشار:

کنفرانس جامع علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمود رفیعی - استادیار گروه مدیریت پژوهشگاه فضایی ایران

ابراهیم فخرایی - مدرس دانشگاه پیام نور - واحد جم

خلاصه مقاله:

خرید سازمانی و تصمیم گیری پیرامون این موضوع ازجمله موضوعات بسیار مهمی است که هر سازمانی با آن مواجه است. این نقش بسیاری از فرآیندها و وظایف سازمانی را دربرمی گیرد و وظیفه ای است که از عوامل درون سازمانی و برون سازمانی بسیار زیادی تاثیرپذیرفته و بسیاری از وجوه و بخش های سازمانی و فرا سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهد. این وظیفه، کلیه فعالیت های مربوط به خرید مایحتاج سازمان را از منابع واجد شرایط دربر دارد. در این راستا تمامی تامین کنندگان و شرکت کنندگان در تلاش اند تا در مورد مسیله خریدسازمان به تصمیم واحدی دست یابند. مقاله حاضر سعی دارد تا تاثیر شبکه جهانی اینترنت را بر فرآیند خرید سازمانی در سازمان های دولتی بوشهر موردبررسی خاص خود قرار دهد بنابراین این مقاله از طیف پژوهش های کاربردی می باشد. نمونه ی مورد مطالعه ی این تحقیق 127 نفر از مدیران عالی، مدیران خرید و تدارکات، کارپردازان و مامورین خرید و اعضای کمیسیون معاملات سازمان های دولتی مستقر در شهر بوشهر می باشد. داده های این تحقیق با ابزار پرسشنامه جمع آوری شده و برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS 19 استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که اینترنت نقش بسزایی در خریدهای سازمانی ایفا کرده و خریداران سازمانی در خریدهای خود به اینترنت توجه ویژه ای دارند.

کلمات کلیدی:

خرید سازمانی؛ شبکه جهانی اینترنت؛ سازمان های دولتی؛ بازارهای صنعتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/606205>

